

# Desired Identities

## New Technology-based Metamorphosis in Japan

**Event Date:** April 29–30, 2020

**Abstract Submission Date:** December 23, 2019

**Location:** musée du quai Branly – Jacques Chirac (Paris)

**Scientific Committee:** Elena Giannoulis, Agnès Giard and Berthold Frommann

**Disciplines:** Japanese studies, socio-anthropology, cultural studies, semiology, digital humanities.

This conference is organized by the ERC-funded research project ‘Emotional Machines: The Technological Transformation of Intimacy in Japan’ (EMTECH) at Freie Universität Berlin, in partnership with the Department of Research and Higher Education of the quai Branly museum – Jacques Chirac.

### Description

In 2019, the population of Japan is at 124.9 million, but what if we include ‘character residents?’ As if to compensate for the declining birth-rate, characters proliferate. They welcome you in front of restaurants. They invite you for countryside tours. They smile on key holders, transportation cards, bags, screens and panels. Acting as interfaces between people, objects and spaces, they now invade social networks up to the point where a whole industry of character-camouflage is now prompting web users to merge with videogame-like creatures. How can we understand this phenomenon? What social changes does it contribute to shape and to mirror?

In the course of an international conference, researchers from various disciplines are invited to share their experiences and outcomes concerning this phenomenon, in Japan (as well as in Korea or in similar research fields). This phenomenon has been termed *kyara-ka*, ‘transforming into a character’ (Aihara Hiroyuki, 2007) and it is now giving birth to what Nozawa Shunsuke (2013) calls ‘an emerging art of self-fashioning.’ Based on elaborate disguise techniques, the *kyara-ka* phenomenon covers a variety of communication strategies and practices. The most famous is of course *cosplay*, which enables men and women to conceal their identity and to act as a character. *Kigurumi*, the radical version of *cosplay*, implies the making of a second skin, a helmet like head and, recently, a vocoder. As a matter of fact, *kyara-ka* has also generated a movement of people who record their voices using synthetic voice technology, in order to become what they call an *utaloid* (artificial singer). The phenomenon is also accountable for huge trends such as the use of image filters to upload TikTok viral videos, or the development of software applications that turn humans into animated avatars. Virtual-Tubers, who are real people with a digital manga-style appearance, are now becoming celebrities on YouTube. The most famous pretend to be Artificial Intelligences. Some of them may indeed be the equivalent of Virtual Idols (i.e. products designed by talent agencies) and their popularity is so high that they now become characters in Love Simulation Games. As nobody knows their real face, they may as well be purely fictitious persons.

Exploring all the aspects of this ‘thingification of humans’, the conference will reflect on how and why a growing number of people market themselves as characters. In contemporary societies, where individuals must compete (Pierre Bourdieu, 1979), the need to differentiate paradoxically results in the adoption of customized identities and normative e-bodies shared by media culture consumers. It would be easy of

course to denounce this ‘Society of the Spectacle’ (Guy Debord, 1967) where branding yourself is a form of salvation, but such analysis would fail to acknowledge the specificity of these auto-commodification acts. The singular dimension of the *kyara-ka* phenomenon is the desire to be erased as a mortal being and to be reborn as a member of a collective fantasy. It is not only about role-playing or promoting your self, it is about seeing the world from a floating or spectral point of view, the point of view of someone (something?) which is inside the character shell. To what extent can we consider *kyara-ka* as part of the *real* digital revolution that Dominique Boullier (2016) describes in terms of an ‘immersive framework of thinking?’

The conference goal is to address the complexity of issues raised by these voluntary and, perhaps, ironical acts of obliteration. What is the profile of men and women who transform themselves into computer-graphic creatures? How do they deal with being loved only through their digital *alter ego*? How do they cope when the *alter ego* is not of the same gender? What image/voice-processing filters do they use, and in which contexts? What little or grand narratives are being produced alongside? Can we still deal with the phenomenon in terms of *authenticity* (original) versus *artificiality* (copy)? How does such a phenomenon affect networked sociability? What negotiations or refusals underly the use of characters as social masks? For Social and Human Sciences, this rising phenomenon constitutes a strategic research object as it offers a particularly interesting vantage point on social phenomena such as the Construction of Digital Identities and the Business of Gamification.

### References

- Aihara Hiroyuki, *Kyara-ka suru Nippon* [Japan turning into character]. Tōkyō: Kōdansha, 2007.
- Boullier Dominique, *Sociologie du numérique*. Paris: Armand Colin, 2016.
- Bourdieu Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard Univ. Press, 1984 (1979).
- Debord Guy, *The Society of the Spectacle*. New York: Zone books, 1995 (1967).
- Nozawa Shunsuke, “Characterization”, in: *Semiotic Review*, Issue 3, 2013.

### Submission guidelines

Abstracts must be submitted in English and sent by email to [agnes.giard@fu-berlin.de](mailto:agnes.giard@fu-berlin.de) in PDF format. The submissions (between two and three pages) must include a title, an abstract and a short biography of the author (including name and affiliation).

### Key dates

- Abstract Submission Deadline: December 23, 2019
- Notifications: January 3rd, 2020
- Conference: Wednesday 29 – Thursday 30 April, 2020

**Language of the conference:** English (with simultaneous French translation)

**Scientific Program Planning Committee members:** Elena Giannoulis • Agnès Giard • Berthold Frommann • Anna Gianotti-Laba • Ludmila Bredikhina.

### Websites:

<http://www.quaibrantly.fr>

<https://www.geschkult.fu-berlin.de/emtech>

Appel à contributions

# Identités désirées

## Métamorphoses et nouvelles technologies au Japon

**Date :** 29–30 avril 2020

**Date-limite de soumission des propositions :** 23 décembre 2019

**Lieu :** musée du quai Branly – Jacques Chirac (Paris)

**Comité scientifique :** Elena Giannoulis, Agnès Giard et Berthold Frommann

**Disciplines :** études japonaises, socio-anthropologie, sémiologie, humanités digitales.

Le colloque est organisé par le projet de recherche européen EMTECH (*Emotional Machines: The Technological Transformation of Intimacy in Japan*), à Freie Universität Berlin, en partenariat avec le Département de la Recherche et de l'Enseignement du musée du quai Branly – Jacques Chirac.

### Résumé

En 2019, le Japon compte 124,9 millions d'habitants natifs. Mais combien si l'on inclut ces « habitants fictifs » que sont les personnages ? Comme pour compenser la baisse de la natalité, les personnages prolifèrent. Ils vous font signe à l'entrée des restaurants. Ils vous invitent à faire du tourisme. Ils sourient sur les porte-clés, les cartes de transport, les sacs, les écrans et les affiches géantes. Jouant le rôle d'interfaces entre les gens, les objets et les espaces, ils envahissent maintenant les réseaux sociaux. À l'aide de logiciels qui permettent de se camoufler en personnage, les internautes eux-mêmes se présentent sur la toile sous les allures de créatures sorties tout droit de jeux vidéo. Comment comprendre cet effet de tropisme ? De quelles évolutions sociales se fait-il à la fois l'agent et le miroir ?

Ce colloque international invite les chercheurs à partager leurs expériences et leurs résultats de terrain au Japon (mais aussi en Corée ou sur des terrains similaires) concernant ce phénomène estampillé *kyara-ka* – « se transformer en personnage » (Aihara Hiroyuki, 2007) – et qui donne maintenant naissance à ce que Nozawa Shunsuke (2013) nomme « un art émergent de l'auto-modélisation ». Basé sur des techniques de déguisement élaborées, le phénomène *kyara-ka* recouvre une grande variété de stratégies et de pratiques liées à la présentation de soi. La plus connue est bien sûr le *cosplay*, qui permet à des hommes et de femmes d'occulter leur identité et de se comporter comme des personnages de fiction. Le *kigurumi* – version radicale du *cosplay* – requiert la fabrication artisanale d'une seconde peau, d'une tête semblable à un casque et, plus récemment, d'un vocoder. Il s'avère que le *kyara-ka* a également contribué à l'apparition d'un mouvement : celui des personnes qui enregistrent leur voix en utilisant des logiciels de synthèse dans le but de devenir ce qu'ils appellent des *utaloid* (chanteurs artificiels). Le phénomène se trouve aussi à l'origine de tendances très fortes : des filtres graphiques et vocaux sont massivement utilisés pour mettre en ligne des séquences virales TikTok dans lesquelles des humains apparaissent sous la forme de personnages animés. Des applications vidéo sont développées en masse pour filmer un humain et le commuter en avatar. Les VirtualTubers – qui sont de vraies personnes dissimulées sous les traits de héros ou d'héroïnes de manga – sont suivis par des millions d'abonnés sur YouTube. La plus célèbre prétend n'être qu'une intelligence artificielle. Il se peut que certains VTubers ne soient effectivement que l'équivalent d'Idoles Virtuelles (c'est-à-dire des produits conçus par des agences) mais leur popularité est telle que plusieurs d'entre eux sont devenus les personnages d'un jeu de simulation amoureuse. Étant donné que personne ne connaît leur visage, ils pourraient tout aussi bien n'être que des fictions.

En explorant les différentes manifestations de ce processus social de « chosification de l'humain », le colloque entend questionner les raisons pour lesquelles un nombre croissant de personnes se customisent en personnages. Dans les sociétés contemporaines, où chacun doit se distinguer (Pierre Bourdieu, 1979), le besoin de singularité

aboutit paradoxalement à l'adoption d'identités d'emprunt et de corps numériques formatés, que se partagent en masse les consommateurs de TIC. On pourrait bien sûr s'en moquer et dénoncer cette « société du spectacle » (Guy Debord, 1967) où le fait de construire son image de marque est une forme de salut, mais ce serait faire l'impasse sur la dimension singulière de ces pratiques de transformation en personnage. Le phénomène *kyara-ka* présente ceci d'original qu'il témoigne du désir d'être effacé en tant qu'être mortel et de renaître comme membre d'une fantasmagorie collective. Il ne s'agit pas seulement d'un jeu de rôle ou d'une technique d'autopromotion, il s'agit d'un nouveau cadre de perception : le *kyara-ka* permet de voir le monde depuis un point de vue spectral ou flottant, celui d'une personne (d'une chose ?) qui se trouve dans la coquille du personnage. Dans quelle mesure ce phénomène ne peut-il être considéré comme le signe annonciateur de la vraie révolution numérique, celle que Dominique Boullier (2016) décrit en termes d'« immersion » ?

L'objectif du colloque est de traiter dans leur complexité les questions que soulèvent ces actes volontaires, et peut-être ironiques, d'oblitération. Quel est le profil de ces hommes et ces femmes qui se métamorphosent en créatures produites par infographie ? Comment vivent-ils le fait d'être aimés non pas pour eux-mêmes mais pour leur *alter ego* numérique ? Comment gèrent-ils le fait que cet *alter ego* ne soit pas forcément du même sexe ? Quels filtres utilisent-ils pour distordre la voix/l'image et dans quels cadres ? Quels récits, petits ou grands, accompagnent la production de ces doubles fictifs ? Est-il toujours pertinent d'analyser le phénomène en termes d'*authenticité* (original) ou d'*artificialité* (copie) ? Dans quelle mesure ce phénomène affecte-t-il les sociabilités en ligne ? Quelles attentes, quels refus sous-tendent l'usage des personnages comme masques sociaux ? Pour les Sciences Humaines et Sociales, le *kyara-ka* constitue un objet de recherche privilégié, offrant la possibilité de penser des notions clés telles que la construction des identités numériques et le marché de la gamification.

## Références

- Aihara Hiroyuki, *Kyara-ka suru Nippon* [Le Japon qui se transforme en personnage]. Tōkyō: Kōdansha, 2007.
- Boullier Dominique, *Sociologie du numérique*. Paris: Armand Colin, 2016.
- Bourdieu Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard Univ. Press, 1984 (1979).
- Debord Guy, *The Society of the Spectacle*. New York: Zone books, 1995 (1967).
- Nozawa Shunsuke, "Characterization", in: *Semiotic Review*, n°3, 2013.

## Comment soumettre une proposition

Les propositions de contributions devront être envoyées sous forme d'un résumé en anglais en format PDF à [agnes.giard@fu-berlin.de](mailto:agnes.giard@fu-berlin.de). Ces résumés de deux à trois pages doivent inclure un titre et une courte biographie de l'auteur (avec son nom et ses affiliations).

## Calendrier

- Date-limite de soumission des propositions : 23 décembre 2019
- Résultats de la sélection : 3 janvier 2020
- Colloque : mercredi 29 – jeudi 30 avril 2020

**Langue du colloque** : anglais (avec traduction simultanée en français)

**Membres du comité scientifique et d'organisation** : Elena Giannoulis • Agnès Giard • Berthold Frommann  
• Anna Gianotti-Laban • Ludmila Bredikhina.

## Liens :

<http://www.quaibrantly.fr>

<https://www.geschkult.fu-berlin.de/emtech>